

References

1. Bohatyrenko Z.S. (2007), *Mezhdunarodnaya orhanyzatsyya truda. Konventsyy, dokumenty, materyaly* [The international labour organization. Conventions, documents, materials], Delo y Servys, Moscow, Russia.
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The law of Ukraine “On amendments to the Code of labour laws of Ukraine concerning the harmonization of legislation in the sphere of prevention and counteraction of discrimination with European Union law from 13.11.2015 No. 3442“, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny* 2015, №49-50, p. 467.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, (2014) *Zhinky i choloviky v Ukrayini. Statystychnyy zbirnyk. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny* [Women and men in Ukraine. Statistical Yearbook.], Kyiv, Ukraine.
4. Kolot A. M. (2015), *Sotsial'no-trudovi vidnosyny zaynyatosti: suchasni tendentsiyi, vyklyky, shlyakhy rozvytku*, [Labour relations employment: current trends, challenges, ways of development], KNEU, Kyiv, Ukraine.
5. The official site of The International Labour Organization. (2015), “Decent work for Ukraine for 2012–2015“, [Online] available at: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@europe/@ro-geneva/@sro-budapest/documents/policy/wcms_183429.pdf (Accessed 2016-03-04)
6. ILO (2011), “Decent work country profile: Ukraine / International Labour Office“, Geneva, Switzerland.
7. The official site of The International Labour Organization (2016), “Profile of Decent Work in Ukraine, analytical report of the International labour office (2011)“, [Online] available at: http://www.conf.eu.org/assets/files/lists/urainienne_lr%5B1%5D.pdf (Accessed 2016-03-04)
8. Ryabokon I. O. (2014), “Model of quality of working life of innovative worker in the new economy“, *Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka*, no. 1, pp. 367-372.
9. Ryabokon I. O. (2013), “The quality of working life: an analysis of conceptual approaches“, *Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka*, no. 2(6), pp.181–187.
10. Ryabokon I. O. (2015), “Methodological approaches to assessing the quality of working life: a critical review“, *Lyudyna-suspil'stvo-ekonomika, Upravlinnya personalom. Lyuds'kyi kapital*, no. 2, pp. 65–73.
11. ILO, (1999), “Report of the Director General: Decent Work, International Labour Conference, 87th session“, Geneva, Switzerland.

Стаття надійшла до редакції 22.01.2017 р.

УДК 338:658:621

Банніков П.О.,

аспірант,

Інститут економіки промисловості НАН України,

pbannikov@gmail.com

Банников П.А.,

аспірант,

Інститут економіки промисловості НАН України,

Bannikov P.O.,

Graduate student,

Institute of economy of industry of Ukraine

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ І ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНИВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

METHODOICAL APPROACHES AND PROBLEMS OF ESTIMATION OF SOCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE

Досліджено теоретико-методичні підходи до оцінювання соціальних ресурсів підприємств. Визначено особливості проявів цих ресурсів на індивідуальному, внутрішньо-організаційному і зовнішньому рівні. Побудовано ресурсне «дерево» та дана попередня оцінка складових соціальних ресурсів для ТОВ «Чипси-ЛЮКС». Запропоновано для комплексної оцінки соціальних ресурсів поєднувати об'єктивні показники, які можна отримати із внутрішньої звітності підприємства, і суб'єктивні, які потрібно збирати соціологічними методами.

Исследованы теоретико-методические подходы к оценке социальных ресурсов предприятий. Определены особенности проявлений этих ресурсов на индивидуальном, внутренне организационном и внешнем уровне. Построено ресурсное «дерево» и дана предварительная оценка составляющих социальных ресурсов для ООО «Чипсы-ЛЮКС». Предложено для комплексной оценки социальных ресурсов сочетать объективные показатели, которые можно получить из внутренней отчетности предприятия, и субъективные, которые нужно собирать социологическими методами.

Goal of the work is exploration of theoretical and methodical approaches for estimation of social resources of enterprises as well as probation of such estimation on the example of the enterprise of food industry. The article defines peculiarities of the social resources displaying on individual, internal-organizational and on external levels. It has been built the resources "tree" and preliminary estimation of the components of social resources of LLC Chipsy Lyuks has been made. The main instruments for estimation of social resources (ΔCSP – corporate social performance; model of influence of the corporate social responsibility on financial performances, characteristics of estimation of social investments, methods for evaluation of social resources on the base of evaluation of intellectual capital, estimation of goodwill using the excessive profit method, benchmarking, etc.) have been characterized in the article. To provide complex estimation of social resources it is proposed to unite the objective performances, which may be obtained from internal accounting of the enterprise, and subjective performances which are gathered by sociological methods.

Ключові слова. Оцінювання, методи, соціальні ресурси, підприємство, соціальний капітал, соціальні інвестиції.

Ключевые слова. Оценивание, методы, социальные ресурсы, предприятие, социальный капитал, социальные инвестиции.

Key words. Estimation, methods, social resources, enterprise, social capital, social investments.

Вступ. Діяльність будь-якого підприємства ґрунтується на наявності певних ресурсів і ефективному їх розподілі та використанні. В сучасних умовах змінюється розуміння ефективності й конкурентоздатності, вони набувають значно ширшого контексту. Усе більшої ролі набувають інтелектуальний і соціальний капітал, соціальні ресурси не просто доповнюють спектр ресурсів підприємства, але посилюють конкурентні позиції підприємства, а нерідко й посідають лідерські позиції. Вони вирішальним чином впливають на формування ділової репутації, бренда, утримання ключових працівників, залучення й удосконалення їхніх умінь і навичок. Тобто соціальне стає не просто функціональним, але й перебирає на себе функцію провідної продуктивної сили суспільства.

Дослідженням соціальних ресурсів і соціального капіталу займалися відомі зарубіжні вчені: П. Бурд'є, Дж. Коулмен, Р. Патнем, Н. Лін, Ф. Фукуяма, М. Шабанова, І. Литвинов та багато ін., які зробили свій внесок у формування сучасної мультидисциплінарної теорії. В Україні питаннями соціального капіталу почали займатися значно пізніше, ніж у Європі та США. Різні аспекти дослідження соціального капіталу висвітлено в роботах вітчизняних дослідників А. Бови, М. Горожанкіної, О. Грішної, О. Федорової, Т. Калінеску, А. Колота, П. Шихірева та ін. Проте питанню соціальних ресурсів приділяється недостатня увага, вчені оперують переважно поняттям соціального капіталу.

Професори О.А. Грішнова та Г.Ю. Міщук зазначають, що в Україні як у державі немає цілеспрямованого ефективного управління соціальним розвитком. Тому бізнес, заради власного ж стабільного існування, має усвідомити себе суб'єктом управління людським капіталом, взятися за системне вирішення соціальних проблем, зокрема, шляхом впровадження соціальних інновацій у трудовій сфері. В іншому випадку бізнес невдовзі може залишитися і без працівників (передусім, висококваліфікованих), і без споживачів на внутрішніх ринках [5, с. 175]. Тому питання соціальних ресурсів, їх оцінювання і перетворення на соціальний капітал набуває ще більшої актуальності.

Постановка завдання. З огляду на це, метою роботи є вивчення теоретико-методичних підходів до оцінювання соціальних ресурсів підприємств і апробація такої оцінки на прикладі підприємства харчової промисловості.

Результати дослідження. Оцінювання соціальних ресурсів промислового підприємства має проводитись на основі диференціації методів відповідно до особливих проявів цих ресурсів на кожному з таких рівнів:

Перший рівень (індивідуальний) – співробітники підприємства як носії і першооснова його соціальних ресурсів. На цьому рівні виявляються всі компоненти соціальних ресурсів як потенціал. Об'єктом дослідження на першому рівні виступають окремі працівники. Ідентифікуються компоненти соціальних ресурсів на індивідуальному рівні – професійні знання, зв'язки, ціннісні орієнтири (як працівник поділяє цінності організації, чи керується ними в своєму діловому житті), навички спілкування та вміння інтегруватись у мережі організації, вміння формувати власні формальні й неформальні мережі, схильність до вертикального та горизонтального співробітництва, лояльність (готовність поступитися своїми інтересами заради успіху організації), стан і рівень індивідуальної соціальної довіри до колег, до керівництва організації тощо.

Другий рівень (внутрішньо-організаційний) – безпосередньо підприємство з його організаційною структурою, в яку персонал включено відповідно до професійного статусу через окремі підрозділи (цехи, лінії, відділи тощо). Об'єктом дослідження на цьому рівні виступають групи працівників, корпоративна культура, організаційні комунікації, зворотний зв'язок, процеси та результати розвитку персоналу, система мотивації тощо. Дослідженню підлягають системи ціннісних орієнтирів у групах, рівень ефективності соціальних мереж, наявність довіри поміж колегами, між групами, до керівництва.

На третьому рівні (зовнішньому) об'єктом дослідження постає вся система зовнішніх зв'язків підприємства – зовнішня соціальна відповідальність, маркетингові та логістичні комунікації, співпраця з місцевою громадою, екологічні ініціативи, конкурентні стратегії. Предметом дослідження тут будуть офіційні

соціальні мережі, міра включення в них приватних і місцевих віртуальних мереж, зв'язки з громадськістю та імідж підприємства з погляду його соціальної відповідальності, соціальна залученість організації в життя місцевої громади, цінності й традиції в стосунках з партнерами, прихильність постійних і залучення потенційних клієнтів.

Перш, ніж проводити кількісну і якісну оцінку соціальних ресурсів підприємства, необхідно з'ясувати, які ресурси наявні на підприємстві і яке місце посідають соціальні ресурси в структурі ресурсів підприємства. Для цього доцільно зобразити систему ресурсів, або побудувати ресурсне «дерево». Приклад такого «дерева» з нашою попередньою оцінкою складових для ТОВ «Чіпси-ЛЮКС» показано на рис. 1.

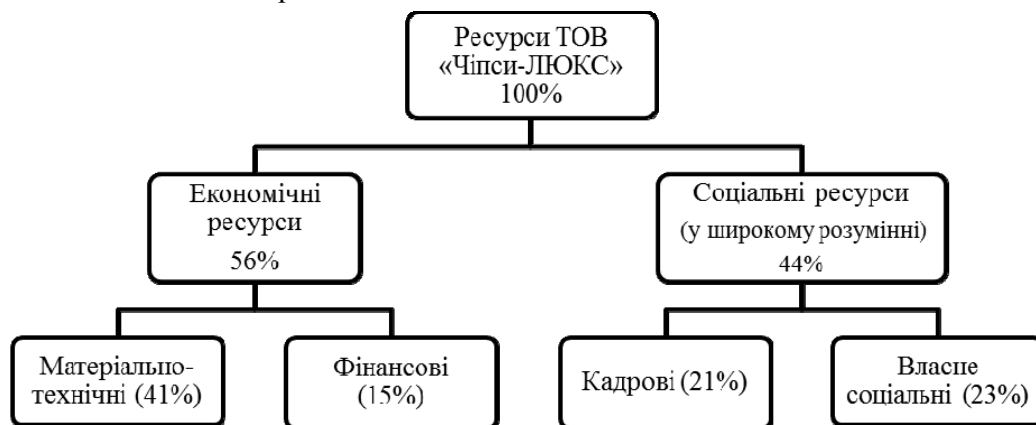


Рис. 1. Ресурсне «дерево» ТОВ «Чіпси-ЛЮКС»

Зазвичай кількісна оцінка соціальних ресурсів здійснюється за показниками, які відображають наявність, склад, структуру, рух, обсяг соціальних витрат, а також використання людських ресурсів підприємств. Дуже широко для оцінки цих показників використовується регресійний аналіз. Разом з тим, поняття «соціальні ресурси» значно ширше, ніж поняття «трудові ресурси» і «людський капітал», і воно має значно ширші кількісні й якісні характеристики.

Оцінка соціальних ресурсів здійснюється, як правило, стосовно окремих соціальних ресурсів. Дуже популярним останнім часом є оцінювання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Для її оцінювання використовують різноманітні методики, зокрема показник змін в індикаторах КСВ (ΔCSP – corporate social performance), який передбачає оцінку просування компанії за попередньо виділеними напрямками соціальної активності. Цей показник охоплює характеристику відносин компанії з персоналом, споживачами, місцевими громадами і громадянами загалом, включно з відношенням до навколишнього середовища. Кількість показників і їх різноманітність залежить від сфери діяльності і специфіки підприємства. Зазвичай така оцінка деталізується у напрямках:

- ✓ відповідальність за якість продукції,
- ✓ відносини з місцевими громадами,
- ✓ захист навколишнього середовища,
- ✓ ставлення до жінок та меншин,

- ✓ трудові відносини,
- ✓ наявність воєнних контрактів [2, с. 143].

За даними експертних опитувань встановлюються агреговані ваги (w_1, w_2, \dots, w_k) для кожного з k напрямів соціальної активності. Далі визначаються незалежні оцінки показників витрат (a_1, a_2, \dots, a_k) компанії за цими напрямками. Тоді інтегральний показник КСВ для даної компанії в момент часу t має вигляд:

$$CSP = \sum_{j=1,k} w_j \times a_j,$$

$$\Delta CSP = \sum_{j=1,k} w_j \times (a_j - b_j),$$

де b_j – витрати компанії на j -ий напрямок КСВ у попередній період ($t-1$), $j=\overline{1,k}$ [13, с. 463].

Виділяються найважливіші фінансові показники компанії – прибуток на акціонерний капітал (return on equity, ROE), дохідність продаж (return on sales, ROS) і зростання обсягу продажу (growth in sales). У зв'язку з тим, що віддача від інвестицій у КСВ невизначена і коливається в часі, Б. Руф [2, с. 151] запропонував використовувати для дослідження чотирирічний період. Оскільки раніше проведені дослідження вказують на варіацію фінансових показників залежно від галузі і розміру компанії, останні використовувались як контрольні змінні. До них були додані ще й фінансові показники компанії за попередній рік (прибуток на акціонерний капітал, дохідність від продаж).

Емпірична модель впливу корпоративної соціальної відповідальності на фінансові показники має такий вигляд:

$$\Delta Fin_{i,t} = \beta_0 + \alpha_1 Size_{i,t} + \alpha_2 \Delta Size_{i,t-1} + \sum_{j=1}^{k-1} \beta_j I_{i,j} + \alpha_3 \Delta CSP_i + \varepsilon_{i,t},$$

де $\Delta Fin_{i,t}$ – зміна одного з трьох фінансових показників i -ї компанії за період ($t, t-1$); β_0 – похибка; $Size_{i,t}$ – логарифм обсягу продажу i -ї компанії у момент часу t ; α_1, α_2 – коефіцієнти регресії для змінних $Size$ – розмір компанії; ΔFin – фінансові результати в попередній період; K – кількість напрямків у галузі, $I_{i,j}$ – галузь (галузева група), до якої належить i -а компанія (фіктивна змінна); α_3 – коефіцієнт регресії змінної ΔCSP – зміна в КСВ [13, с. 463].

Регресійний аналіз Б. Руф [2, с. 150-151] вперше виконав на вибірці з 496 компаній окремо для кожної з трьох фінансових змінних і для кожного з чотирьох періодів. Результати дослідження засвідчили, що покращення у КСВ можуть впливати на фінансові показники як негайно (у поточному році), так і здійснювати віддаленіший і непрямий вплив на фінансові результати компаній. Зміни в КСВ позитивно пов'язані з ростом продаж (growth in sales) у поточному і наступному роках ($p < 0,014$ і $p < 0,001$ відповідно), що свідчить про наявність короткострокового виграшу від підвищення рівня КСВ (у наступні роки він зникає). Значний позитивний зв'язок зі змінами доходу від продажу (change in return on sales) та прибутку на акціонерний капітал (change in return on equity),

навпаки, виявляється пізніше – починаючи з третього після приросту КСВ року ($p < 0,001$ і $p < 0,03$ відповідно), що вказує на наявність довгострокових зисків.

Основні підходи щодо оцінювання рівня соціальної відповідальності викладені у міжнародних стандартах (Глобальна ініціатива з надання звітності – GRI, AccountAbility 1000 – AA 1000), які було адаптовано до українських реалій господарювання Проектом Експертної ради форуму соціально відповідального бізнесу України «Соціальна відповідальність: принципи та рекомендації щодо звітності» [12, с. 96].

Основа більшості методик оцінювання соціальної відповідальності складає оцінка соціальних інвестицій. У цьому контексті варто виділити найвідоміший фондовий індекс – Dow Jones Sustainability Index, який включає в себе Dow Jones Sustainability World Indexes (10 % найстійкіших та соціально найвідповідальніших компаній із найкрупніших 2500 підприємств) і європейські Dow Jones STOXX Sustainability World Indexes (кращі 20 % компаній, що становлять індекс Dow Jones STOXX 600 Index). Для відбору компаній, які включатимуть до індексу стійкості Dow Jones, проводиться їх оцінка за такими напрямками:

- економічна основа для стійкого розвитку (система управління, інтелектуальний капітал, спроможність до інновацій тощо);
- активність компанії в соціальній сфері;
- заходи, спрямовані на захист навколишнього середовища [9, с. 200].

Методи мінімізації затрат, затрати–корисність, затрати–результативність, вигоди–затрати та ін. також придатні для оцінки результатів діяльності окремого підприємства в соціальній сфері. За допомогою цих методів «соціальне» не просто враховується, але й отримує ту чи ту кількісну оцінку, в тому числі грошову. Наше дослідження показало щорічне зростання соціальних інвестицій ТОВ «Чіпси-ЛЮКС» і його позитивний вплив на загальні економічні результати роботи компанії.

Подібні результати підтверджуються і дослідженнями інших вчених [8, с. 15–16].

Однак на практиці на рівні окремих компаній активно використовуються специфічні способи оцінювання соціальних ресурсів (у цілому, чи окремих компонентів: репутації, організаційної культури, віддачі від інвестицій у працівників тощо). При цьому використовуються досить різноманітні, хоча і дещо схожі методи. В роботі вони часто доповнюються допоміжними показниками, опосередкованими, експертними оцінками і активно вдосконалюються. Найпопулярніші з них такі:

1. Оцінка соціальних ресурсів через оцінку вартості інтелектуального капіталу [13, с. 463]:

q -індекс Тобіна (Tobin's q) = Ринкова вартість / Балансова вартість.

Таким чином, можна отримати загальне уявлення про всі складові вартості компанії, які не показуються у балансових звітах, відслідковувати динаміку їх зміни, узагальнено оцінювати успішність конвертації економічних і соціальних ресурсів один в одного.

Схоже призначення має оцінка гудвілу (goodwill), яка часто ототожнюється з оцінкою ділової репутації, як різниця вартості компанії (сумарних активів, у тому числі і нематеріальних, які можуть бути поставлені на баланс компанії) і ринкової вартості всіх її активів. Спочатку розраховується ринкова вартість усіх

активів компанії, виходячи з принципу максимально ефективного їх використання (за умові, що останнє фізично можливо, економічно виправдано і законно). При цьому виділяються ті нематеріальні активи, які можна поставити на баланс, а решта включається в гудвіл. Далі визначається вартість усього бізнесу як єдиного цілого. Якщо існує інформація про продаж аналогічних бізнесів, то для оцінки вартості бізнесу цілком придатний порівняльний метод, а якщо такої інформації нема – то дохідний метод (бізнес як інструмент отримання доходу).

Ці та аналогічні способи оцінки, відомі як методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods, MCM), попри широке використання, часто потрапляють під критику за рівняння, яке лежить в їх основі: ринкова цінність (вартість) = балансова цінність (вартість) + інтелектуальний капітал. У даному випадку інтелектуальний капітал (а разом з ним і оцінка соціальних ресурсів, яка нас цікавить) виступає як деяке доповнення до балансової вартості. Прибічники цілісного підходу до управління ресурсами компанії ставлять під сумнів досить просту систему вимірювання інтелектуального капіталу, справедливо зазначаючи, що балансова цінність (вартість) і інтелектуальний капітал не є подільними змінними, як розглядає їх наведене рівняння, оскільки створення цінності в компанії залежить від складної взаємодії ресурсів. Інша проблема пов'язана з тим, що балансова і ринкова цінності (вартості) вимірюються в різних одиницях – відповідно в штучних (уявних) і реальних грошах, що «вносить помилки і позбавляє весь процес сенсу з самого початку» та ін. Впливають також «примхи ринку», чутки і інші фактори, які можуть змінити цінність інтелектуального капіталу в лічені години [11, с. 266].

2. Оцінка гудвілу за допомогою методу надлишкового прибутку. В основі методу – припущення про те, що якщо компанія отримує великий прибуток на одиницю активів порівняно з іншими аналогічними компаніями (які виготовляють аналогічну продукцію/послуги, мають аналогічні виробничі потужності та територіальний статус), то додатковий прибуток їй приносить саме ділова репутація (у нашому випадку ширше – комплекс соціальних ресурсів).

Якщо відомі середньогалузеві коефіцієнти рентабельності, то можна використовувати метод оцінки гудвілу (GV) за обсягом реалізації:

$$GV = (NOI - Q_f \times R_q) : R_q,$$

де NOI – чистий операційний дохід від діяльності компанії (валовий дохід за вирахуванням операційних витрат і витрат на відшкодування – на поточний ремонт); Q_f – вартість реалізованої продукції; R_q – середньогалузевий коефіцієнт рентабельності реалізації продукції; R_g – коефіцієнт капіталізації нематеріальних активів (відношення прибутку компанії до вартості нематеріальних активів, врахованих на балансі) [13, с. 466].

У цілому ці та інші методи визначення дохідності активів (Return on Assets Methods, ROA) так чи інакше засновані на визначенні частки доходу від інтелектуального капіталу на основі розрахунків надлишкових доходів від матеріальних (чи балансових) активів. Отриманий у результаті ділення середнього прибутку компанії до сплати податків на усереднену цінність її матеріальних активів коефіцієнт ROA порівнюється з середніми показниками в галузі. Ця різниця множиться на усереднену цінність матеріальних активів. Так розраховується середньорічний прибуток від нематеріальних активів. У результаті ділен-

ня цієї цифри на середньозважену цінність капіталу компанії чи ставку відсотка отримуємо приблизну цінність інтелектуального капіталу компанії [11, с. 268].

3. Бенчмаркінг – метод, заснований на порівнянні досягнень компанії з досягненнями лідерів у відповідній галузі. Вивчення ефективних практик в управлінні соціальними ресурсами і «навчання на кращих прикладах» дає змогу внести корективи в ділові стратегії та укріпити ринкові позиції компанії за рахунок активізації не залучених раніше (чи залучених недостатньо, неадекватно або помилково) соціальних чи економічних ресурсів.

Однак, цей порівняльний метод має досить обмежену сферу застосування насамперед тому, що порівнювані компанії повинні мати подібні сфери діяльності та наміри. Експерти зазначають й інші важливі проблеми [11, с. 267], пов'язані зі зверненням до бенчмаркінгу, – «він сприяє формуванню менталітету послідовника, а не лідера»; не дозволяє установити причинний зв'язок між тими чи іншими бізнес-процесами і параметрами економічної ефективності.

4. Є також велика група методів оцінки окремих соціальних ресурсів (оцінка компонентів соціальних ресурсів через оцінку окремих компонентів інтелектуального капіталу). В цю групу можна віднести методи прямої оцінки інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital Methods, DICM), спрямовані на отримання грошової оцінки його елементів, а також методи бальних оцінок (Scorecard Methods, SC), де грошова оцінка не здійснюється (наприклад, система збалансованих показників (Balanced Scorecard, BSC); навігатор «Скандія», де інтелектуальний капітал оцінюється на основі аналізу до 164 параметрів; навігатор та індекс інтелектуального капіталу тощо) [5, с. 171].

Так, метод «моделі компетентності» дозволяє обчислити ринкову вартість праці найуспішніших працівників і, таким чином, оцінити їх працю в грошовому еквіваленті [1, с. 131]. До цієї групи можна віднести також і широкий клас прямих і непрямих методів, серед яких економічні оцінки солідарності нижчих рівнів, ефектів групової згуртованості, соціальної фасилітації, соціальних лінощів, низької дисципліни, обліку / ігнорування практик етичного споживання та ін. Наприклад, якщо така культурна норма, як солідарність працівників нижчих рівнів проти керівництва, робить практично неможливим децентралізований контроль, то витрати компанії на організацію вертикального контролю (утримання відповідних відділів) цілком можуть виступати в якості економічної оцінки цієї культурної норми.

Для оцінки ефективності програми навчання співробітників використовується запропонований Д. Філіпсом показник *ROI* (Return on Investment). На етапі розробки програми виділяються вагомі для компанії (заінтересованих сторін) показники, на які має вплинути програма навчання і розвитку персоналу (наприклад, обсяг продажів, прибуток, витрати, продуктивність праці та ін.). До цього переліку вчені рекомендують також включати індикатори, які використовують конкуренти [7; 11; 13]. Виділені показники вимірюються «до» і «після» навчання, переводяться у грошовий вираз, сумуються і *співставляються з витратами на навчання*.

$$ROI = \frac{\text{Дохід від навчання} - \text{Витрати}}{\text{Витрати}} \times 100\%.$$

Результати реалізації тих чи тих альтернативних стратегій компанії можуть відслідковуватись шляхом їх вираження у кількісній, але не в грошовій формі. Порівнюючи ці результати з витратами, можна знайти найменш затратний спосіб досягнення конкретної мети, наприклад, підвищення безпеки і покращення здоров'я працівників (кількість випадків травматизму на робочому місці, кількість днів непрацездатності з цієї причини та ін.). Ці результати можуть мати і самостійне значення в рамках звітності компаній по КСВ. Остання може актуалізувати також важливість таких показників, як частка жінок у складі керівництва чи частка робітників-інвалідів у їх загальній чисельності, частка прибутку, спрямованого на внутрішні і зовнішні соціальні програми та ін.

Аналогічне завдання постає перед компанією щодо підвищення окремих параметрів економічної ефективності й актуалізує визначені компоненти організаційної культури, а разом з ними і важливість відслідковування динаміки та ефективності останніх, у тому числі за допомогою допоміжних показників, якими можуть бути:

1) ступінь креативності:

$$C_{кр} = \frac{N_p}{N_o} \quad (1.6)$$

де N_p – кількість нововведень, зроблених за пропозицією рядових працівників і управлінців нижчого рівня; N_o – загальна кількість нововведень; показує рівень сформованості «командного духу»;

2) ступінь засвоєння працівниками культурних норм:

$$U_k = V_{зк} / V_{зо}, \quad (1.7)$$

де $V_{зк}$ – кількість доган, накладених через порушення принципів організаційної культури; $V_{зо}$ – загальне число накладених доган;

3) ступінь узгодженості дій:

$$C_{сд} = C_{бн} / C_{бо}, \quad (1.8)$$

де $C_{бн}$ – кількість збоїв, помилок, яке зумовлене непогодженими діями персоналу; $C_{бо}$ – загальне число збоїв, помилок;

4) ступінь конфліктності:

$$C_k = K_o / B \quad (1.9)$$

де K_o – кількість конфліктів, які виникають у певний період часу, наприклад за добу; B – загальна кількість взаємозв'язків у колективі та ін. [10, с. 34].

Багаторічні пошуки у вимірюванні інтелектуального капіталу і його окремих елементів завершилися розробкою методології точних вимірювальних систем (Proper Measurement Systems, MS), яка в найбільшій мірі відповідає вимогам системного аналізу. У даному випадку виділяються всі параметри, які представляють цінність для самої компанії і/або для її оточення, потім їх розбивають на атрибути, які можна виміряти. Ці атрибути об'єднуються в вимірювальну систему – ієрархію спільних вимірюваних цінностей (Conjoint Value Hierarchy, CVH) [11, с. 269]. Створені розрахунки корисно об'єднати з фінансовими даними для визначення ефективності витрачання коштів.

Оскільки було зазначено, що поняття соціальних ресурсів дуже схоже з поняттям соціального капіталу, коротко розглянемо методики оцінки соціального капіталу.

Проаналізувавши методичні підходи до вимірювання соціального капіталу, ми робимо висновок, що в науковій літературі тривають дискусії з приводу методів, доцільності та практичної значимості його вимірювання. Для вимірювання соціального капіталу, як і соціальних ресурсів підприємства, потрібно розмежувати рівні, форми, джерела і результати їх використання. М.М. Бойко запропонувала методику оцінки соціального капіталу за об'єктивними та суб'єктивними даними, яка включає систему об'єктивних показників – як тих, що вже використовуються у звітності підприємств, так і запропонованих для введення у внутрішню звітність для моніторингу індикаторів СК, а також суб'єктивних показників, які збирають за допомогою розробленої системи анкет для визначення суб'єктивної оцінки персоналом організації індикаторів соціального капіталу [4].

Тематична група із соціального капіталу при Світовому банку у 2001 р. запропонувала два способи вимірювання соціального капіталу: SOAT (Інструмент оцінки соціального капіталу) і SOCAP (Інтегрований опитувальник), в основу яких було покладено його оцінку за шістьма параметрами: групи та мережі; довіра; інформація та комунікації; участь у прийнятті рішень і політичних діях.

Також Світовим банком планується розробка індексу соціального капіталу (за типом мережі Social Capital Benchmark, що діє зараз у 40 містах США). Ці індекси мають на меті не лише визначення місця кожної країни у сфері створення і примноження соціального капіталу, але й оцінку ефективності інвестицій у цю сферу [3].

Висновки. Соціальні ресурси – складний, неоднозначний і не до кінця вивчений, однак дуже важливий у наш час актив підприємства. Ефективне їх використання стає запорукою успішного розвитку. Для правильного використання необхідно навчитися вимірювати, оцінювати соціальні ресурси. Оцінці передують чітка ідентифікація ресурсів і поділ їх за рівнями – індивідуальний, внутрішньо організаційний і зовнішній. Існує чимало методик оцінки соціальних ресурсів і соціального капіталу, проте вони, як правило, оцінюють окремі соціальні ресурси, а комплексна оцінка проводиться лише для внутрішніх соціальних ресурсів. Для комплексної оцінки ми пропонуємо поєднувати об'єктивні показники, які можна отримати із внутрішньої звітності підприємства, і суб'єктивні, які потрібно збирати соціологічними методами. В подальших роботах важливо обґрунтувати напрями удосконалення економічної оцінки соціальних ресурсів.

Література

1. *Eccles R.* The Performance Measurement Manifesto / R. Eccles // Harvard Business Review, 1991. – Vol. 69. – N 1. – P. 131-137.
2. *Ruf B.M.* An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective / B.M. Ruf, K. Muralidhar, R.M. Brown, J.J. Janney, K. Paul // Journal of Business Ethics, 2001. – Vol. 32, N. 2. – P. 143-156.

3. The Handbook of Social Capital / Ed. by Dario Castiglione, Jan W. van Deth, Guglielmo Wolleb. – USA : New York; Oxford University Press, 2008. – 600 p.
4. Бойко М.М. Управління формуванням індивідуального та корпоративного соціального капіталу у сфері послуг / М.М. Бойко, О.А. Грішнова // Проблеми економіки. – № 2. – 2014. – С. 211–218.
5. Грішнова О.А. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні / О.А. Грішнова, Г.Ю. Міщук // Демографія та соціальна економіка. – 2013. – № 2. – С. 167–178.
6. Грішнова О.А. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуалізацією трудової діяльності / О.А. Грішнова, А.В. Васирик // Вісник Прикарпатського університету. Економіка – 2008. – Вип. 6. – С. 1–16.
7. Грішнова О.А. Нагромадження людського, інтелектуального і соціального капіталу підприємства як основна форма його капіталізації / О.А. Грішнова // Донецьк: Вісник Донецького університету економіки і права. – (2011). – № 1. – С. 10-13.
8. Грішнова О.А., Магдич І.П. Економічна доцільність та пріоритетні напрями активізації соціальних інвестицій підприємств / О.А. Грішнова, І.П. Магдич // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія. Економіка. – К.: Київський університет, 2016. – Вип. 5 (182). – С. 13–20.
9. Калінеску Т.В. Соціальне інвестування та відповідальність підприємств / Т.В. Калінеску, О.О. Зеленко, М.О. Наталенко. — Луганськ: Вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2013. — 290 с.
10. Макаренченко М.А. Бенчмаркінг в системі формування організаційної культури / М.А. Макаренченко, А.В. Новиков, Д.А. Лопатин // Економіка і екологічний менеджмент. – 2008. – №1. – С. 34–35.
11. Руус Й. Інтелектуальний капітал: практика управління : Пер. с англ. / Руус Й., Пайк С., Фернстрём Л. под ред. В.К. Дерманова; 3 изд. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 458 с.
12. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. А. М. Колота ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» – К.: КНЕУ, 2015. – 519 с.
13. Шабанова М.А. Социальноэкономика (для экономистов, менеджеров, госслужащих): Учебное пособие / М.А. Шабанова. – М.: Экономика, 2012. – 559 с.

References

1. Eccles, R. (1991) “The Performance Measurement Manifesto”, Harvard Business Review, Vol. 69, N 1, pp. 131-137.
2. Ruf, B.M. (2001). “An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective” / B.M. Ruf, K. Muralidhar, R.M. Brown, J.J. Janney, K. Paul, *Journal of Business Ethics*, Vol.32, N. 2, pp. 143-156.
3. The Handbook of Social Capital / Ed. by Dario Castiglione, Jan W. van Deth, Guglielmo Wolleb. – USA : New York; Oxford University Press, 2008. – 600 p.
4. Boyko, M.M. and Hrishnova, O.A. (2014). “Management of the formation of individual and corporate social capital in the service sector”, *Problemy ekonomiky*, no 2, pp. 211–218.
5. Hrishnova, O.A. and Mishchuk, H. Yu. (2013). “Social innovation in the labor sphere: the nature, types and features of implementation in Ukraine”, *Demohrafiya ta sotsial'na ekonomika*, no 2, pp. 167–178.

6. Hrishnova, O.A. and Vasylyk, A.V. (2008). "Organizational-economic mechanism of intellectualization of labor activity", *Visnyk Prykarpats'koho universytetu. Ekonomika*, Vol.6, pp. 1-16.
7. Hrishnova, O.A. (2011). "The accumulation of human, intellectual and social capital of the enterprise as the main form of its capitalization", *Visnyk Donets'koho universytetu ekonomiky i prava*, no 1, pp. 10-13.
8. Hrishnova O.A. and Mahdych I.P. (2016). "The economic feasibility and priority directions of activation of social investment of the enterprises", *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya. Ekonomika*, no. 5 (182), pp. 13–20.
9. Kalinesku, T.V. (2013). Sotsial'ne investuvannya ta vidpovidal'nist' pidpryyemstv [Social investment and responsibility of enterprises] / T.V. Kalinesku, O.O. Zelenko, M.O. Natalenko. — Luhans'k: Vyd-vo SNU im. V. Dalya. — 290 s.
10. Makarchenko, M.A. and Novikov A.V. and Lopatin D.A. (2008). "Benchmarking in the system of formation of organizational culture", *Ekonomika i ekologicheskyy menedzhment*, no 1, pp. 34-35.
11. Ruus, Y. (2010). Intellectualnyi kapital: praktika upravleniya : Per. s angl. [Intellectual capital: Management Practices: Translated from English] / Ruus Y., Payk S., FernstrYom L. pod red. V.K. Dermanova. 3 izd. SPb.: Izd-vo «Vysshaya shkola menedzhmenta». — 458 p.
12. Sotsial'na vidpovidal'nist': navch. posib. [Social responsibility: tutorial] / [A. M. Kolot, O.A. Hrishnova, O. O. Herasymenko ta in.] ; za zah. red. A.M. Kolota ; M-vo osvity i nauky Ukrainy, DVNZ «Kyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyma Het'mana» — Kyiv: KNEU, 2015. — 519 p.
13. Shabanova, M.A. (2012). Sotsioekonomika (dlya ekonomistov, menedzherov, gossluzhaschih): Uchebnoe posobie [Sotsioekonomika (for economists, managers, civil servants): Textbook] / M.A. Shabanova. — Moskva: Ekonomika. — 559 p.

Стаття надійшла до редакції 27.01.2017 р.

УДК: 331.556

Смалійчук Г.В.,

асистент,

кафедра управління персоналом та економіки праці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
annsmile@yandex.ua

Смалійчук А.В.,

асистент

кафедра управления персоналом и экономики труда,
ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана»

Smaliychuk H.V.,

Assistant,

Personnel Management and Labour Economics Department,
SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»